

## Die verfehlte Amerikanisierung

### Speiseeis und Speiseeisindustrie in Deutschland in der Zwischenkriegszeit

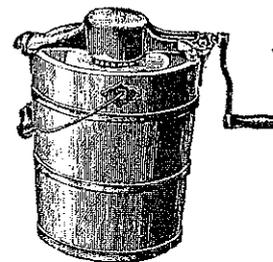
Uwe Spiekermann

„Die Speise-Eis-Erzeugung stellt eine recht günstige Restmilchverwertung dar; sie verdient aus diesem Grunde das lebhafteste Interesse ganz besonders der städtischen und stadtnahen Molkereibetriebe.“<sup>1</sup> Diese Aussage eines führenden Experten aus dem Jahre 1950 lässt nur wenig von dem Reiz erkennen, den Eis nicht nur heute, sondern auch in der Vergangenheit auf Kinder und Erwachsene, auf Alte und Junge, auf Arbeiter und Bürger ausübte. Und doch waren und sind es derart kühle Überlegungen, die unser aller Mundvergnügen erst ermöglichen. Was uns Schleckenden als Eis erscheint, ist nur das lockende Endprodukt eines rationalen Produktionsprozesses, der auf Wissenschaft, Effizienz und Kostenkalkulation gründet und der ganz andere Definitionen dessen gibt, was wir mit Sommer und Nachtisch, mit Freizeit und Genuss verbinden.<sup>2</sup> Für die Experten war Eis prosaisch eine Mischung „aus Zucker, Wasser, Milch, Rahm, Eiern und Geschmacksstoffen, die durch Gefrierenlassen unter Durchrühren in eine plastische Masse überführt und in diesem Zustande bis zum Verzehren erhalten“<sup>3</sup> wurde. Und aus ihrer Warte hatten sie Recht damit.

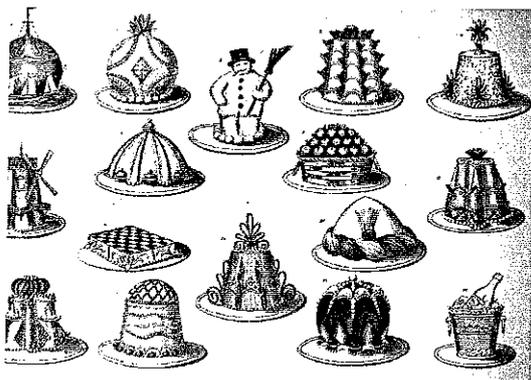
Die Welt des Speiseeises hat also verschiedene, sich scheinbar ausschließende Facetten. Ziel dieses Beitrages ist es, deren Entstehung genauer in den Blick zu nehmen: Wann und unter welchen Vorzeichen entstand eine moderne Speiseeisindustrie in Deutschland? Wie reagierten die Konsumenten auf dieses Angebot, änderten sie ihre Verzehrsgewohnheiten? Welche Rollen hatten hierbei Wissenschaft und Politik, Interessengruppen und Konkurrenten? Auch wenn der eigentliche Aufschwung der großen Eisproduzenten erst nach dem Zweiten Weltkrieg einsetzte, so werden wir uns im Folgenden auf die 1920er und frühen 1930er Jahre konzentrieren, denn damals wurden – wie in vielen anderen Bereichen – die Strukturen geschaffen, die dann seit den 1950er Jahren erfolgreich ausgefüllt wurden.

#### Zwischen Haushalt und Konditorei: Eisspeisen vor dem Ersten Weltkrieg

Vor dem Ersten Weltkrieg gab es im Deutschen Reich keine Speiseeisindustrie. Es gab einige Ausnahmen, gewiss, doch hierbei handelte es sich um Spezialbetriebe, die große Passagierdampfer belieferten, oder um lokale Zusammenschlüsse von Kleinproduzenten, deren Namen – wie die Centrale für Speiseeisbetriebe GmbH. Kassel – zu Unrecht Großes verhiessen.<sup>4</sup> Eis, genauer Speiseeis, wurde damals vor allem von drei Gruppen hergestellt: von Hausfrauen und ihren Köchinnen, von Konditoren und von Straßenhändlern. Speiseeis war in Mitteleuropa spätestens seit dem frühen 18. Jahrhundert bekannt, doch erst an dessen Ende gab es einen nennenswerten Verbrauch.<sup>5</sup> Es war eine Köstlichkeit für begüterte Kreise, für den Adel, aber auch zunehmend für das aufstrebende Bürgertum. Obwohl Bestandteil der seit Mitte des 19. Jahrhunderts in Massenaufgaben gedruckten bürgerlichen Kochbücher, wurde es erst gegen dessen Ende Teil eines festlichen Mahles auch auf dem Lande und bei Menschen mit mittlerem Einkommen. Die Gründe hierfür waren offenkundig: Auf der einen Seite waren Zucker, Kakao, Vanille und Früchte noch keineswegs so preiswert wie heute. Auf der anderen Seite war die Eisherstellung im Haushalt lange Zeit über aufwändig und kostenträchtig. Man nutzte den einfachen Umstand, dass Salz den Gefrierpunkt von Wassereis erniedrigt. Ein mit einem Spundloch versehener Eimer wurde am Boden mit Eisstücken belegt, dann dick mit Salz bestreut. Hierauf stellte man eine Gefrierbüchse, die meist aus Zinn gefertigt war. Der seitliche Zwischenraum wurde mit Eis angefüllt und Salz hinzu gegeben. Das Ganze wurde festgestampft, um den Gefriererfolg zu optimieren. In die Gefrierbüchse füllte man dann die erkaltete Grundmasse des späteren Speiseeises, es folgte längeres Drehen der geschlossenen Büchse. Auf deren



Eismaschine der Jahrhundertwende (Abb. aus: Gollmer, Richard (Hg.) (1909), *Die vornehme Gastlichkeit der Neuzeit*. Leipzig, 263)



Eisbomben der Vorkriegszeit. (Abb. aus: Prell, Heidemarie (1987), Vom Gipfelschnee... zur fröhlichen Eiszeit. Nürnberg, 55)

Seitenwänden und Boden setzte sich so gefrorenes Speiseeis ab, das mit dem Spatel wieder abgestoßen werden musste, um dann von Neuem gedreht, abgestoßen usw. zu werden.<sup>6</sup> Eisherstellung erforderte also Zeit und Kraft – und erst in den 1880er Jahren erleichterten mechanische Eismaschinen diese mühevollen Arbeit. Die etwa 10 Mark teuren Eismaschinen waren „selbstthätig“<sup>7</sup>, mussten also

nicht dauerhaft gedreht werden. Auch amerikanische „Ice cream freezer“ waren erhältlich, lieferten „Speiseeis von sehr feiner Beschaffenheit“, verlangten jedoch dauerhafte Handarbeit. Gefrorenes war daher keine Alltags-, sondern eine repräsentative Speise, die „zu Gesellschaftszwecken“<sup>8</sup> hergestellt oder eingekauft wurde. Hier kamen nun die Konditoren ins Spiel: Sie verstanden sich selbst als „ein uraltes durch Tradition vieler Generationen vererbtes Kunsthandwerk“<sup>9</sup>, das besondere Qualitäten und Formen produzieren konnte. Sinnbild hierfür war die fein dekorierte Eisbombe, doch auch verfeinerte Eiskaffees, Tee- oder Schokoladeneis. Während Eismachen dank Eismaschine in die mittleren Haushalte vordrang, kauften gutbürgerliche Haushalte seit der Jahrhundertwende zunehmend Desserts und süße Kleinigkeiten beim Konditor ein. Um 1900 hatte sich die kalte Speise so neben Käse, Früchten und Kuchen einen festen Platz im repräsentativen Dessert erobert.<sup>10</sup>

Konditoreis war grundsätzlich eine Spitzenqualität. Das galt einerseits für die Fertigkeiten der Hersteller, andererseits auch für die Qualität der Zutaten. Milch und Sahne, Sirup und Eier, Fruchtpülpn und Gewürzstoffe gaben als Speiseeis „dem ganzen Diner eine feine Aufmachung“<sup>11</sup>. Gleichwohl aber schien italienisches Spitzeneis dem der deutschen Konditoren überlegen. Die Südländer spatelten häufiger, machten also ein cremigeres Eis. Anstelle von Sirup verwandten sie nur rohen Zucker, das den Fruchtgeschmack besser konservierte. Zudem nutzten sie nur selten industrielle Hilfsmittel, verwandten etwa frische Zitronen anstelle von Zitronensäure, konservierten das Fruchtmarm auch nicht mit Salizylsäure.<sup>12</sup> Gerade der schon vor dem Ersten Welt-

krieg zunehmende Straßen- und Caféverkauf führte zu einer Qualitätsdifferenzierung des Konditoreiseis, welches dadurch tendenziell an Renommee verlor. Zum einen ersetzten Klein-Kältemaschinen die tradierten Herstellungsweisen mit Salz und Eis, machten das Speiseeis geschmeidiger, erhöhten aber auch die Herstellungsmengen.<sup>13</sup> Dadurch wurden Rezepte einheitlicher, zugleich aber nahm der Einsatz von Stabilisierungsmitteln – meist Tragant oder Gelatine – zu, um standardisierte Qualität zu garantieren.<sup>14</sup> Nach dem Ersten Weltkrieg wurden – auch vor dem Hintergrund nicht immer verfügbarer Rohstoffe – Vor- und Zwischenprodukte immer wichtiger. Konditoren verkauften zunehmend billigeres Eis und verwandten hierzu teils vorgefertigte Eispulver: „Im Grunde genommen muß man sich bei der Rezeptzusammenstellung immer nach dem Verkaufspreis richten. Bekommt man einen guten Preis dafür, kann man mehr Eier, resp. Fruchtmarm nehmen, wird mehr auf Quantität gesehen, so muß man eben danach handeln.“<sup>15</sup>

Diese Qualitätsdifferenzierung war nicht zuletzt Folge des intensivierten Wettbewerbs mit Straßenhändlern. Sie prägten seit den 1860er Jahren zunehmend das sommerliche Straßenbild europäischer Metropolen: „A-is! A-is! Speise-A-is!“ gellt der Ruf zur Sommerzeit durch die Straßen Berlins.<sup>16</sup> Es waren meist Ausländer, Spanier, Osmanen, dann zumeist Italiener, die heimische Spezialitäten teils per Brustkasten (so in Hamburg), teils per Verkaufswagen (so in Berlin) vertrieben.<sup>17</sup> Die Waffeltüte, in der das Eis eingestrichen wurde, stammte ursprünglich aus Holland und wurde anfangs noch frisch am Wagen gebacken. Die Eishändler waren schon vor dem Ersten Weltkrieg eine Attraktion der Großstädte, deren hellfarbene Wägelchen und funkelnde „messingenen Kuppeln der blanken Eisgefäße“<sup>18</sup> ihr Stammpublikum fanden: „Wenn an heißen Sommertagen der Fruchteishändler mit seiner Karre erscheint..., so umringt ihn alsbald die genäschige Jugend, um die ersparten oder dem guten Mutterherzen abgebettelten Nickel schleunigst in Vanille- oder Erdbeereis anzulegen.“<sup>19</sup>

Doch abseits des schönen Scheins gilt, dass die Straßenhändler relative Billiganbieter waren. Zumeist handelte es sich nicht um Milcheis, vielmehr bildete in Wasser aufgelöster Zucker die Grundmasse, die dann teils mit Früchten, vielfach aber auch mit Fruchtsirup oder Essenzen verfeinert wurde. Als Verdickungsmittel wurde vielfach Mehl verwandt, ferner „gewisse Kunstprodukte, die als Ersatz der natürlichen Geschmacksstoffe dienen“<sup>20</sup>. Schon vor dem Ersten Weltkrieg hieß

Das italienische Ehepaar Ciprian, Berlin 1906. (Abb. aus: Reinders, Pim (1999), Licks, Sticks & Bricks. A World History of Ice Cream, 122)



es, dass „die Chemie über die Natur den Sieg davongetragen hat“<sup>21</sup>, deutlich sichtlich an der vielfach üblichen künstlichen Färbung. In den 1920er Jahren gewannen Eispulver immer mehr an Bedeutung. Die Produktionsstätten der Straßenhändler waren klein und vielen Hygienikern ein Dorn im Auge.

### Die Herausforderung der US-Speiseeisindustrie

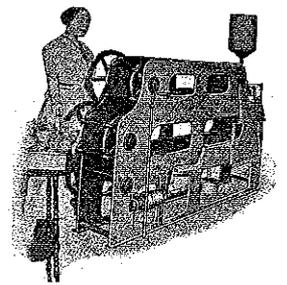
Obwohl sich somit Speiseeis vor dem Ersten Weltkrieg einen festen Platz an Sonn- und Festtagen sowie als preiswertes Sommervergnügen erobert hatte, so war die Entwicklung in den USA doch wesentlich dynamischer. Dies ist auf den ersten Blick überraschend, kamen die Spitzenprodukte der Kältetechnik, insbesondere des Maschinenbaus, damals doch aus dem Deutschen Reich. Doch wie in vielen anderen Branchen zielten die deutschen Anbieter vorrangig auf optimale Maschinen, während die Konkurrenz aus den USA vor allem deren konsumnahe Verwendung im Blick hatte.<sup>22</sup>

Erste „Fabriken“ entstanden schon Mitte des Jahrhunderts, als Stammvater erscheint vielfach Jakob Fussels 1851 in Baltimore gegründete Firma.<sup>23</sup> Doch erst in den 1880er Jahren schnellten die Betriebs- und Produktionsziffern hoch, als moderne Kältemaschinen die alte Herstellungsweise mittels gesalzene Eis verdrängten.<sup>24</sup> Die US-Amerikaner setzten erstens auf konsequenten Maschineneinsatz.<sup>25</sup> Dies betraf nicht allein die Kältemaschinen, die den Produktionsprozess einerseits beschleunigten, die zugleich aber die Produktionskapazitäten wesentlich ausweiteten. Parallel wurden Packmaschinen eingeführt beziehungsweise Waffelbäckereien angegliedert. Massenproduktion wurde so möglich. Zweitens investierten die Firmen parallel in den Aufbau umfassender Kühlketten. Dies betraf Verpackungen, Transportbehälter, Eisenbahnwaggons und Lastkraftwagen sowie Kühlhäuser, Vorratskeller und schließlich Kühlschränke auf Natureis- und maschineller Grundlage. Beide Entwicklungen zusammen erlaubten eine gewisse Zentralisierung der Produktion, die wiederum standardisierte Konsumgüter zu günstigen Preisen ermöglichte. Drittens führte eine systematische Marktbearbeitung zu einer erweiterten Palette von einerseits Verzehrsorten, andererseits Produkten. Eis wurde auf der Straße, in den „Soda Fountains“ und auch zu Hause (über den Lebensmittelhändler) gegessen. Es erreichte dabei alle Bevölkerungsschichten und war nicht allein auf den Sommer

begrenzt.<sup>26</sup> Eis wurde als solches, als Waffeleis, als Sodagetränk, mit und ohne Sirup, als in Schokolade getunktes Eskimo-Pie und ab 1923 auch als patentiertes Eis am Stiel verzehrt.<sup>27</sup> Lag der geschätzte Pro-Kopf-Konsum in den USA 1905 schon bei 4 l, so stieg er bis 1909 auf 4,5 l, ehe er dann, nicht zuletzt vor dem Hintergrund des Alkoholverbotes, auf 10 l 1924 und 10,5 l 1926 wuchs.<sup>28</sup>

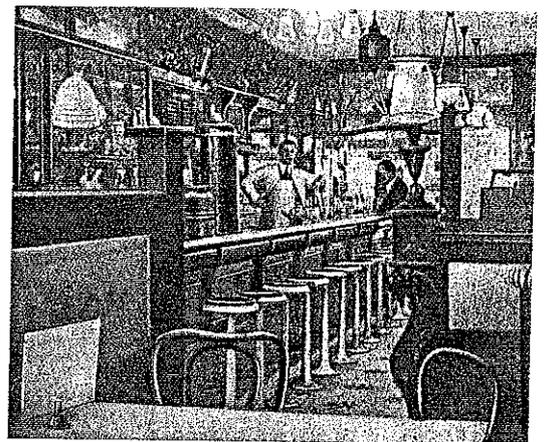
Diese Entwicklung wurde in Deutschland von Kältetechnikern und Agrarwissenschaftlern genau beobachtet, die in den frühen 1920er Jahren vielfach zu Reisen in die USA aufbrachen. Von der Größe der Fabriken und des Absatzgebietes waren sie beeindruckt. Stärker aber wirkte, dass „ice cream“ anders als in Deutschland nicht nur als Genuss-, sondern als Nahrungsmittel galt: Sahne, Milch und Zucker machten es zu einem kalorienhaltigen Produkt, dessen Preis sich vor allem nach dem Fettgehalt richtete.<sup>29</sup> Die Produktion von Eiskrem nach amerikanischer Art war klar definiert, seine Grundmasse musste „pasteurisiert, homogenisiert, gereift und im Freezer nach amerikanischer Art gefroren“<sup>30</sup> werden. Stabilisatoren, vorrangig Gelatine, waren technisch erforderlich, ansonsten aber herrschte ein strikter Deklarationszwang für Zusätze abseits „natürlicher“ Grundzutaten. Die deutschen Wissenschaftler – der Pasteurisierungszwang für Milch erfolgte erst 1930 – lobten auch die konsequente Abtötung von Bakterien durch die Erhitzung der Milch und die durchgehende Kühlkette. Eis galt demnach als modernes Lebensmittel für moderne aufgeklärte Menschen.

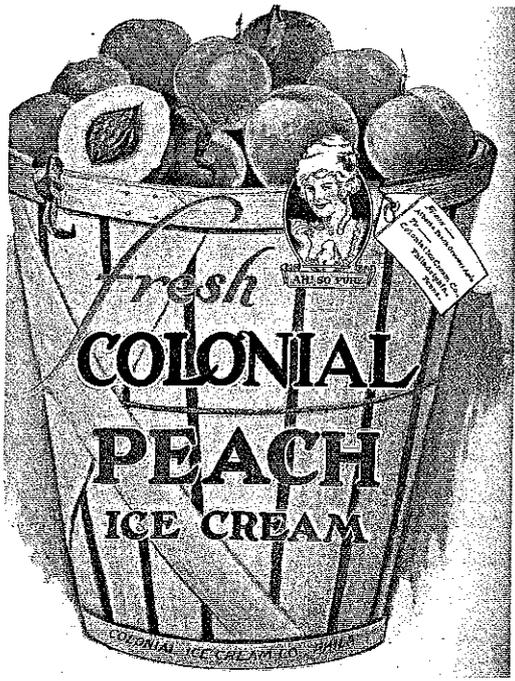
Gleichwohl kam der Genuss nicht zu kurz. Die eifersüchtig gehüteten und regional beträchtlich voneinander abweichenden Fabrikationsrezepte zeugen von einem Wettbewerb auch auf der Zunge. Die Eisreisenden beeindruckte die frühe Marketingorientierung der Eisproduzenten besonders nachhaltig. Märkte wurden analysiert, Marktchancen kundennah und innovativ genutzt und die Produktion darauf eingestellt. Je nach Verzehrort gab es andere Verpackungen und Produkte; neue Gerätschaften, etwa der so genannte clipper, die Eiszange, erlaubten schnellen und sauberen Verkauf.<sup>31</sup> Die Reklame war breiter angelegt als in Deutschland, nutzte die gesamte Klaviatur urbaner Kommunikationskanäle. Wichtig aber war,



US-amerikanische Waffelhörnchenmaschine. (Abb. aus: Larsen, C./White, Wm. (1914), Dairy Technology. Treating of Market Milk and Ice Cream, 3. Aufl., London, 170)

Blick in eine Soda-Fontäne 1925. (Abb. aus: Lichtenberger, Bertold (1924/1925c), Rahmeis in Amerika, Zeitschrift für Rahmeis 1, 21)





Werbeplakat der Colonial Ice Cream Co. in Philadelphia, um 1930. (Abb. aus: Reinders, Pim (1999), Licks, Sticks & Bricks. A World History of Ice Cream, 162)

Verkäufer von Wall's Eiskrem mit ihren Verkaufswagen vor dem Fabrikator in London 1928. (Abb. aus: Reinders, Pim (1999), Licks, Sticks & Bricks. A World History of Ice Cream, 277)



dass sie zugleich auch einen aufklärenden Charakter besaß: „Die Reklame weist ständig darauf hin, daß Rahmeis ein gesundes Nahrungsmittel, ein erstklassiges Molkereiprodukt ist und aus bester Vollmilch und Rahm hergestellt wird. Die Industrie arbeitet besonders mit den Aerzten und Zahnärzten zusammen und bringt ständig Reklame-Anzeigen und -Artikel in den Fachzeitschriften der Aerzte und Zahnärzte. Bekannte Ernährungswissenschaftler veröffentlichen regelmäßig in allen nur denkbaren Zeitschriften und Tageszeitungen im Auftrage des internationalen Fabrikantenverbandes aufklärende Artikel über den Wert von Rahmeis als Nahrungsmittel.“<sup>32</sup>

### Das Scheitern amerikanischer Produktionsweisen in Deutschland Mitte der 1920er Jahre

Die Strahlkraft Amerikas kontrastierte stark mit der Deutschlands. Die militärische Niederlage, der politische Umbruch sowie die erheblichen wirtschaftlichen Probleme beim Übergang zur Friedenswirtschaft erhöhten die Attraktivität der jungen Nation im Westen. Die Milchwirtschaft war von dem relativen Niedergang besonders betroffen. Schwindende Kuhbestände, erhebliche Defizite im Transportwesen sowie unzureichende Konservierungsmöglichkeiten ließen den Milchmarkt vielfach kollabieren. Konsum- und Absatzziffern lagen Anfang der 1920er Jahre weit unter den Vorkriegswerten, die Qualität der Milch sank dramatisch – ihre „Neutralisierung“ mit Soda ließ die Niederlage schmecken. Speiseeis nach amerikanischer

Art war daher nicht allein ein neues Produkt zur Erweiterung der Produktionspalette. Es bot auch die Möglichkeit, das Qualitätsimage der gesamten Milchwirtschaft wieder zu heben und somit verlorenes Terrain im Markt wiederzugewinnen.

Die entscheidenden Anstöße hierzu kamen entsprechend von Experten der Preußischen Ver-

suchs- und Forschungsanstalt für Milchwirtschaft in Kiel, die auch in anderen Bereichen – etwa der Produktion von Reformjoghurt<sup>33</sup> – eine modernere Produktpalette anregten. Am 28. und 29. November 1924 trafen sich in Kiel mehr als 100 Interessenten, meist Molkereileiter, zu einem ersten „Rahmeiskurs“, in dem die Marktchancen einer neuen Industrie vorgestellt wurden.<sup>34</sup> Die USA bildeten den großen Lehrmeister, doch zugleich blickte man voller Hoffnung nach England, wo Speiseeis ebenfalls hohe Wachstumsraten hatte.<sup>35</sup>

Angesichts der elementaren Not nach der Inflation – 1923 starben allein in Berlin knapp hundert Menschen an Unterernährung und Hunger – stand vor allem der hohe Nährwert des Fabrikeises im Mittelpunkt. Untermaßige, in ihrer Entwicklung zurückgebliebene Kinder wurden gezielt mit Eiskrem hochgepäppelt.<sup>36</sup> Moderne Eisfabrikation galt auch als Beitrag zur „Volks Gesundheit“, stand für genussvolle Sättigung. Die Experten stellten entsprechend das Produkt in den Mittelpunkt, propagierten eine hygienisch einwandfreie, tadellose Fabrikation. Die Kernargumente sollten nach amerikanischem Vorbild durch eine geschickt und breit angelegte Reklame an die Verbraucher herangetragen werden.<sup>37</sup> Eis sei ein an sich attraktives Produkt; es gelte nun die Verbraucher für die standardisierten Qualitäten amerikanischen Rahmeises zu gewinnen.

Ein Jahr später war die Enttäuschung groß. Die hochfliegenden Erwartungen wurden nicht erfüllt, Speiseeis amerikanischer Art konnte sich lediglich an einzelnen Orten durchsetzen. Die Gründe für diesen relativen Misserfolg waren vielfältig. Erstens gelang es nicht, die nötigen Produktionskapazitäten aufzubauen. 1924 bestanden im Deutschen Reich nur vereinzelt Eisfabriken, die vorrangig in großen Hafenstädten wie Hamburg oder Lübeck lagen. Sie waren Vorbilder, die häufig beschrieben und vielfach besucht wurden.<sup>38</sup> Doch es dauerte seine Zeit, bis auch in anderen Städten, vor allem aber in den großen Konsumzentren Kapital gezeichnet, Fabrikationsräume erworben und Maschinen gekauft wurden. Die Inflationszeit hatte Ersparnisse aufgezehrt, parallel waren Investitionen in Molkereien ein Jahrzehnt lang vernachlässigt worden. An vielen Orten, etwa in Breslau oder Hannover, waren es stattdessen Konditoren, die Eisfabriken auf genossenschaftlicher Basis gründeten. Andernorts, etwa in Berlin, scheiterten solche Bestrebungen kläglich. Doch auch dort, wo produziert wurde, kam das Eis erst spät im Sommer 1925 auf den Markt und wurde dann durch schlechtes Wetter wesentlich behindert. Die

etwa 25 Eisfabriken im deutschsprachigen Raum hatten erhebliches Lehrgeld zu bezahlen.<sup>39</sup>

Doch die Gründe für den Misserfolg waren breiter gefächert. Offenkundige Defizite gab es beim Vertrieb und bei der Werbung. Während die Produktion „amerikanisiert“ wurde, blieb man im Absatz zu „deutsch“. Die Werbekampagnen hatten nur geringe Etats, verblieben im Regionalen. Der Verbraucher wurde einseitig aufgeklärt, doch Volkspädagogik fand gerade angesichts alternativer Wettbewerber nur geringen Widerhall. Erhebliche Probleme gab es beim direkten Verkauf: Molkerei- und Lebensmitteläden besaßen keine Genehmigungen für den Straßenverkauf von Waffeleis und konnten nur verpackte Ware absetzen. Das neue Speiseeis wurde auf unter  $-20^{\circ}$  C herabgekühlt, doch in den Läden fehlten entsprechende Kühlvorrichtungen. Die etablierten Straßenhändler und Konditoreien verteidigten ihr Terrain erfolgreich, besaßen sie doch genauere Ortskenntnisse und wussten um die Chancen und Gefahren der lokalen Märkte. Die größten Erfolge der Eisfabriken erzielten bezeichnenderweise Genossenschaften der Konditoren, die vornehmlich Verkaufswagen nutzten. Hinzu kam die Frage des Geschmacks: Speiseeis amerikanischer Art war ein grundsätzlich neues Produkt, an das man sich, wie etwa zeitgleich an das Kaugummi, erst einmal gewöhnen musste. Günstige Preise allein waren nicht ausreichend, um das geliebte süße Wassereis durch Rahmeis zu ersetzen. Zu beachten ist auch die in Deutschland deutlich andere Konsumkultur der Freizeit. Insbesondere das lokal verankerte Bier besaß als Erfrischungsgetränk eine viele höhere Bedeutung als in den USA.

Zugleich aber hatten die Fabrikanten die andere Wettbewerbsstruktur des deutschen Marktes unterschätzt. Die breit gelagerte Verarmung durch Krieg und Inflation machte sich bemerkbar. Zugleich nahmen die direkten Wettbewerber die Herausforderung an. Schon 1924 warnten Konditorenvereinigungen die neuen Produzenten, ihnen nicht ins Handwerk zu pfuschen.<sup>40</sup> In vielen Großstädten, etwa in Berlin, lehnte die große Mehrzahl der Konditoren Fabriken und neues Rahmeis strikt ab. Während die Konditoren neben Spitzenqualitäten zunehmend auch billigeres Eis herstellten, verbesserten die Straßenhändler tendenziell ihre Ware. Neben Billigware traten mittlere, vereinzelt auch höhere Qualitäten von Milch- sowie insbesondere Frucht- eis. Sie wurden nicht mehr länger allein mittels Wagen vertrieben, auch wenn die „Eiswagenidylle“<sup>41</sup> sprichwörtlich blieb. An ihre Stelle trat immer häufiger eine

preiswertere Variante des Cafés, die Eisdiele. Damit konnten viele hygienische Probleme geregelt werden, zugleich wurden neue Konsumorte für Jugendliche und junge Erwachsene geschaffen.

Parallel gelang es den Fabrikanten nicht, die Konsumenten von der höheren Qualität ihres standardisierten „amerikanischen“ Rahmeises zu überzeugen. Entscheidend hierfür war, dass es im Deutschen Reich keine verbindlich definierten Begriffe für die unterschiedlichen Eisarten gab. Zudem fehlten Deklarationspflichten. Gerade die Verwendung von Zwischenfabrikaten, wie Eispulver, war so kaum transparent. Bei Eskimo-Pies, also Eis mit Schokoladenüberzug, wurde schon kurz nach ihrer Markteinführung die Kuvertüre durch billigere Kokosnussfettprodukte ersetzt. Begriffe wie „Kunsteis“ beziehungsweise „Kunstspeiseeis“ wurden zur Kennzeichnung derartiger Substitute zwar diskutiert, doch ohne staatliche Rahmenregelungen verwandte man allgemein den lockenden und unklaren Begriff „Eis“.

Generell erlebte die junge deutsche Eiskreminindustrie nach 1925 eine „Zeit des Stillstandes“<sup>42</sup>, blickt man allein auf die Zahl der Betriebe und des Absatzes. Der Markt wuchs – nicht zuletzt, weil die häusliche Herstellung zugunsten von gekauftem Eis zurücktrat. Doch der Konsum lag weiterhin deutlich unter dem der USA und auch Englands. Es war vor allem die von Ingenieuren und Naturwissenschaftlern ausgehende Fixierung auf den Produktionsprozess, die zu einer Vernachlässigung des Marktgeschehens und damit zu Anstrengungen abseits der Konsumentenbedürfnisse geführt hatte. So paradox es klingen mag: Die Initiatoren des Speiseeises amerikanischer Art waren zugleich ungewollte Bremser der Industrialisierung des Speiseeissektors.

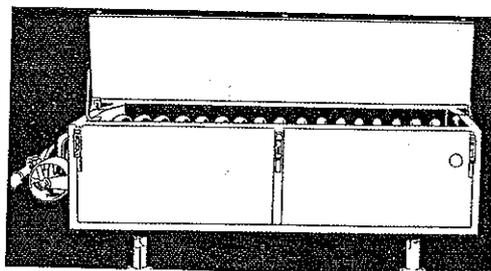
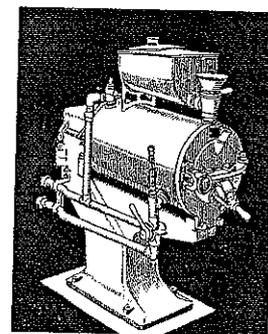
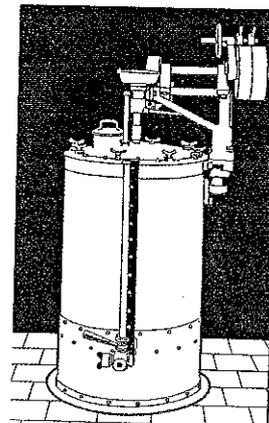
### Gesundheit, Moral und Speiseeis

Der enge Blick auf die Ernährungsindustrie darf allerdings nicht verdecken, dass Speiseeis schon vor dem Ersten Weltkrieg ein höchst umstrittenes Lebensmittel war. Dies galt erst einmal recht elementar: Vor dem Hintergrund einer teils noch prekären Wasserversorgung erschien Speiseeis Ärzten und Lokalpolitikern als potenzieller Tummelplatz von Krankheitskeimen und Gesundheitsgefahren: 1898

*Oben:* Pasteurisierungsmaschine. (Abb. aus: Tamm (1925), Rahmeiskursus der Preußischen Versuchs- und Forschungsanstalt für Milchwirtschaft in Kiel, Zeitschrift für die gesamte Kälte-Industrie 32, 56)

*Mitte:* Gefriermaschine. (Abb. aus: Ebd., 58)

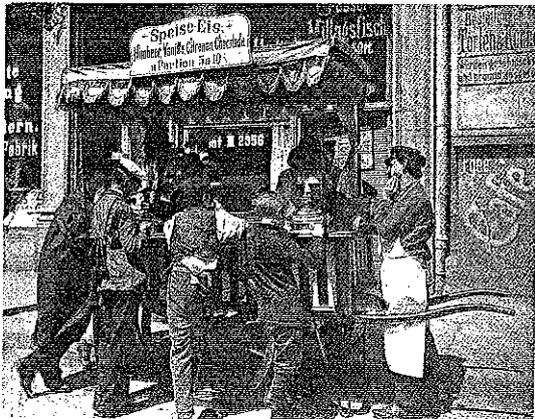
*Unten:* Eisreifer (Abb. aus: Ebd., 57)



Werbeplakat „Grönland Eiskrem“, Berlin 1927. (Abb. aus: Reinders, Pim (1999), Licks, Sticks & Bricks. A World History of Ice Cream, 390)



Gefahr für die Kleinen?  
Speiseeisverkauf in Berlin  
1901. (Abb. aus: Reinders,  
Pim (1999), Licks, Sticks &  
Bricks. A World History of  
Ice Cream, 394)



hieß es etwa seitens des Berliner Polizeipräsidiums: „Durch Untersuchungen im kaiserlichen Gesundheitsamte ist festgestellt worden, daß das in Berlin zu wirtschaftlichen Zwecken in den Handel kommende Eis selbst bei gutem Aussehen, in ihrer Entwicklungsfähigkeit nicht veränderte gesundheitsgefährliche Kleinwesen enthalten hat.“<sup>43</sup> Doch auch die Kälte selbst erschien als Problem für zarte Kinderkörper: Selbst „wenn man vor einem Angriff der böartigen Bazillen sicher sein sollte, bleibt doch immer der schädliche Einfluß bestehen, den die abnorm niedrige Temperatur des Gefrorenen auf die Zähne und die Schleimhaut des Magens ausübt. Gefrorenes soll man deshalb ganz langsam, in kleinen Portionen und stets so genießen, daß es mit den Zähnen nicht in Berührung kommt.“<sup>44</sup> Entsprechend gab es schon vor dem Ersten Weltkrieg zahlreiche lokale Polizeiverordnungen, um den Eisverzehr in Grenzen zu halten: Einerseits wurden Straßenhändler häufig kontrolliert – Ausdruck des Überlegenheitsdünkels deutscher Verwaltungen gegenüber „südländischer“ Arbeitspraxis.<sup>45</sup> Forderungen nach Konzessionspflichten und auch Befähigungsnachweisen wurden erhoben, scheiterten allerdings am Prinzip der Gewerbefreiheit. Andererseits wurde die Regulierung des Eisvertriebs Teil des Jugendschutzes. In Preußen konnten und wurden lokale Verbote für den Verkauf von Speiseeis an Kinder unter 14 Jahren erlassen. Ebenso wurde teils verfügt, dass Eishändler sich den Schulgrundstücken bei Unterrichtsbeginn und -ende nicht weniger als 200 Meter nähern durften.<sup>46</sup>

Hier vermischten sich gesundheitliche und moralische Argumente. Die Händler wurden beschuldigt, die Naschhaftigkeit der Kinder zu fördern und auszunutzen. Unnütze Geldausgaben würden getätigt, die Familienbande gelockert. Dieser moralische Diskurs wurde nach dem Ersten Weltkrieg, insbesondere aber in der NS-Zeit intensiviert. Auf der einen Seite gerieten die Eltern unter Druck: „Geradezu ein Erziehungsfehler liegt vor, wenn es das Kind als sein gutes Recht ansieht, täglich seinen Groschen zum Eiswagen zu tragen, statt ihn in die Sparsbüchse zu stecken.“<sup>47</sup> Auf der anderen Seite misstraute man insbesondere den Eisdielen, „die vielfach recht zweifelhafter Art sind, beliebte Treffpunkte für die halbwüchsige Jugend, denen dort Gelegenheit zu verderblichem Verkehr gebo-

ten wird.“<sup>48</sup> Eiskonsum wurde hier regelmäßig mit Kontrollverlust verbunden, gewährte er doch kleine Alltagsfluchten, die eigensinnig ausgestaltet werden konnten. Auch die Eisfabrikanten wussten darum und empfahlen ihre Produkte Ende der 1920er Jahre auch, um „die Nachfrage des Konsums nach Süßigkeiten in vernünftige Bahnen zu leiten.“<sup>49</sup>

Zu diesem Zeitpunkt führte der intensivierte Wettbewerb jedoch zu einer wachsenden Zahl lokal begrenzter Infektionen. Die Zahlen waren eindringlich: 87 Darmentzündungen in Offenbach a. M. (1927), 26 Typhus-Fälle in Heusweiler im Saarland (1927), ca. 100 Scharlachfälle in Unterfangen, Kreis Ottweiler (1928), ca. 100 Typhusfälle in Weißenburg (1929), 40 Paratyphusfälle in Hamburg-Altona (1929), 97 beziehungsweise 37 Erkrankungen in den Kreisen Alfeld und Marienburg (1929), 18 Darmentzündungen in Meschede (1930), 49 Paratyphusfälle in Detmold und Salzuflen (1930) – diese Liste ließe sich verlängern. Es waren vor allem kleinere, um ihre wirtschaftliche Existenz ringende Betriebe, deren Speiseeis hygienisch heikel war.<sup>50</sup> Für Gesundheitsverwaltungen und Lebensmittelchemiker war der Kampf um hochwertiges Speiseeis daher auch eine soziale Auseinandersetzung: „Vielfach werfen sich nun in den Industriebezirken und größeren Städten Erwerbslose, Halbinvalide usw. auf diesen Erwerbszweig, in der wohlverständlichen Absicht und aus Not getrieben, sich einen wenn auch nur vorläufigen Lebensunterhalt zu schaffen. Es liegt auf der Hand, daß diesen Personen meistens nicht nur jede einfachste Fachkenntnis fehlt, sondern daß sich für die Anforderungen, die in gesundheitlicher Beziehung an die Herstellung der fraglichen Ware gestellt werden müssen, nicht das nötige Verständnis besitzen. Hinzu kommt noch, daß fast immer die Räumlichkeiten, Geräte und Maschinen unzureichend sind, ganz abgesehen davon, daß der Gesundheitszustand der Hersteller, ihrer Familie und Mitbewohner nicht genügend zu kontrollieren ist.“<sup>51</sup> Der Ruf nach dem Staat als Setzungsinstanz wurde lauter.

Dies galt aber auch, weil die Qualitätsdifferenzierung in den 1920er Jahren zu einer vermehrten Verwendung von Zusatzstoffen führte. Auch hier profilierten sich insbesondere Lebensmittelchemiker als Sachwalter der Konsumenten, während die wissenschaftlich gebildeten Vertreter der Hersteller Abwehrdebatten führten. Gelatine wurde entsprechend als Nährwertsparer propagiert, als Garant für ein festes und cremiges Speiseeis.<sup>52</sup> Mochten manche auch „einen gewissen Horror“ vor solchen Verdickungsmitteln haben, so verwies man

zugleich auf ihren fabrikatorischen Nutzen. Ähnlich galt dies für künstliche Farbstoffe. Lapidar hieß es: „Der Konsument liebt es, bei Konditorwaren eine frische, fröhliche Ware zu sehen, die das betont, was in der Ware enthalten ist.“<sup>53</sup> Generell war auch Speiseeis Teil einer Ende der 1920er Jahre zunehmend kontrovers geführten öffentlichen Debatte über „Chemie“ und „Gift“ in Lebensmitteln.<sup>54</sup> Demgegenüber war sein Bedeutungsgewinn in der Krankenhauskost weniger wichtig.<sup>55</sup>

### Rahmensetzung: Marktregulierung als Grundlage der zweiten Welle industrieller Speiseeisproduktion

Angesichts des relativen Scheiterns des hygienisch hochwertigen Fabrikeises, des wachsenden Wettbewerbsdrucks, Gesundheitsgefahren sowie einer anschwellenden öffentlichen Debatte waren die Ordnungsinstanzen Wissenschaft, Wirtschaft und Staat gefordert.<sup>56</sup> Vor dem Hintergrund der umfangreichen Normierungen und Regulierungen im Gefolge des 1927 erlassenen Lebensmittelgesetzes galt es vor allem zwei Aufgaben zu meistern: Auf der einen Seite eine einvernehmliche Definition der verschiedenen Eissorten, auf der anderen Seite die Regulierung der Zwischenfabrikate bei der Eisherstellung. Nachholend wurden so Rahmenbedingungen geschaffen, die für einen Erfolg der Speiseeisindustrie 1924/25 grundsätzlich erforderlich gewesen wären.

Wie unsicher die Begriffsbildung damals war, zeigt ein Blick auf das Verbandsorgan der Eisfabrikanten. Dieses hieß zuerst „Zeitschrift für Rahmeis“, ehe es dann in „Zeitschrift für Eiskrem“ umbenannt wurde. Die Konditoren verwiesen auf das Gewohnheitsrecht, nach dem Rahmeis keinen Gelatinezusatz aufweisen dürfe.<sup>57</sup> Seit 1927 setzten sich schließlich Vertreter aller Herstellergruppen zusammen, um Kompromisslinien auszuloten. Die seit 1925 im Verband Mitteleuropäischer Eiskremfabrikanten organisierten Eisfabriken legten damals erste Leitsätze vor, der Verband Deutscher Nahrungsmittelchemiker verfasste im gleichen Jahre eine erste Kompromissvorlage. Während der hier nicht nachzuzeichnenden Diskussionen prallten die Gegensätze hart aufeinander. Dabei war man sich grundsätzlich klar, dass man die Breite des gesamten Marktes begrifflich so fassen musste, dass einfache und preiswerte Qualitäten nicht denunziert wurden. So hieß es seitens der Straßenhändler klipp und klar: „Die

Bezeichnungen ‚Kunsteis‘ und ‚Konsumeis‘ lehnen wir ab, weil sie deprimierend wirken und das Geschäft ruinieren und auch nicht zutreffend sind.“<sup>58</sup> Demgegenüber beharrten die Konditoren auf diesen Begriffen, nicht zuletzt, um sie von ihren Premiumprodukten abzugrenzen. Und der Hausfrauenverband verwies explizit auf die Verbraucherperspektive und empfahl „den Begriff Kunstspeiseeis zu wählen für die als minderwertig anzusehenden Sorte. Der größte Ärger aller vernünftigen Mütter ist es, wenn sie sehen, wie die Kinder ihre Groschen zu dem Speiseeiswagen tragen und dort ein Produkt bekommen, das viel nachweisbaren Schaden verursacht.“<sup>59</sup> Nach zwei Jahren Arbeit hatte man 1929 einen Kompromiss erzielt, der 1933 dann die Grundlage für die Verordnung über Speiseeis bildete. Diese unterschied zwischen sieben Sorten (Cremeis, Fruchteis, Rahmeis, Milchspeiseeis, Eiscrème, Einfacheiscreme und Kunstspeiseeis), legte Mindeststandards fest und eine Deklarationspflicht.<sup>60</sup> Dies bedeutete Transparenz für die Käufer, aber auch Planungs- und Rechtssicherheit für die Hersteller. In den Debatten war wenig Platz für Eis als Alltagspeise. Die Definitionen erfolgten über die Zutaten, die chemisch beziehungsweise anhand ihres durchschnittlichen „natürlichen“ Stoffgehaltes definiert waren. Als kleinster gemeinsamer Nenner galt die Lebensmittelchemie, die zur neuen Referenzinstanz aufstieg, die auch für die Kontrolle und Analytik der Eisprodukte zuständig wurde. Dies erlaubte zugleich, den zunehmend ausfransenden Markt der Zwischenprodukte zu normieren. Eispulver mussten nun etwa nach der Eissorte benannt werden, ihre Zusammensetzung hatte sich hiernach zu richten. Künstliche Färbung und Aromatisierung wurden begrenzt und konnten vom Verbraucher ansatzweise erkannt werden. Obwohl der Eismarkt somit geordnet war, blieb der Aufschwung aus. Die Weltwirtschaftskrise führte zu neuerlicher Verarmung, erlaubte auch keine teuren Investitionen in moderne leistungsfähige Maschinen. Der Eiskonsum zog erst in der Frühphase des Nationalsozialismus stärker an. Hauptnutznießer waren in erster Linie die Eisdielen, zumeist betrieben von früheren Straßenhändlern. Ihre Zahl betrug 1934 ca. 2.000, stieg bis 1936 auf 3.500 bis 4.000 an.<sup>61</sup> Ihr Umsatz übertraf den der ca. 8.000 Konditoreien. 1937 schätzte das Institut für Konjunkturforschung den Eiskonsum im Deutschen Reich auf 50 bis 60 Millionen Liter Speiseeis, der Umsatz lag zwischen 50 und 70 Millionen Reichsmark. 100 Millionen Waffelböden und ca. 500 Millionen Waffelhohlkörper wurden her-

**Basta-Eis**

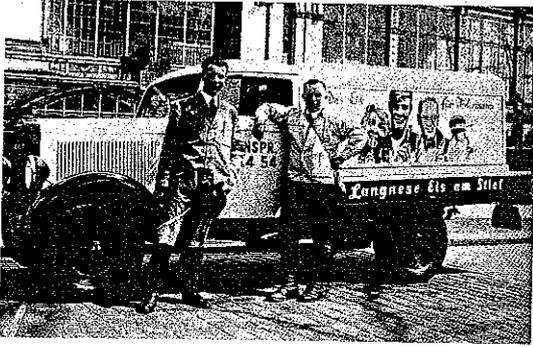
mit Basta-Wunder-Eispulver od. mit Basta-San-Eisbindemitteln u. Basta-Essenzen  
Billigste Kaltverfahr. 28jähr. Erfahrung  
Eismaschinen, sämtl. Eisgerät  
Konservatoren, Eiswagen, Paradedeisel,  
Waffelfabrikate, Tüten, Schiffe, Eis-Reklame  
Anleitungen, Kostenschläge usw.  
40 Rezepte, illustriert, Handbuch gratis  
**Dietrichs Basta-Werk**  
Berlin SW 68/19. Ritterstraße 48-51

**Pergament-  
EIS-becher**

1/20 1/15 1/10 Liter  
1.25 1.40 1.50 RM p. 50 Stk  
Nachnahme  
Ab RM 15.— franko.  
**Reiner Fische  
KÖLN**  
Maximaleinstöße 10—2  
Katalog „Atlas für Eis“  
gratis.  
Vertreter gesucht



Ober: Markeneismischung.  
(Abb. aus: N.N. (1933),  
Nord- und Mitteldeutsche  
Bäcker- und Konditorzei-  
schrift 25, Nr. 11, 16)  
Unten: Pergamenteisbecher.  
(Abb. aus: Ebd., 18)



Max Schmeling (links) vor einem Langnese-Verkaufswagen, ca. 1937. (Abb. aus: Reinders, Pim (1999), Licks, Sticks & Bricks. A World History of Ice Cream, 400)

gestellt.<sup>62</sup> Speiseeis gewann trotz weiterhin bestehender Infektionsgefahren einen derart hohen Stellenwert, dass man im Rahmen des Vierjahresplanes daran ging, die Menge der qualitativ höheren Eisorten einzuschränken.<sup>63</sup> Doch die verbliebenen Sorten Frucht-, Milchspeise- und insbesondere Kunstspeiseeis blieben bis Kriegsende verfügbar: Es „soll der Bevölkerung ein Genußmittel nicht ohne Not entzogen werden, an das sie gewöhnt ist und auf das sie auf jeden Fall nur sehr ungern verzichtet.“<sup>64</sup>

Gleichwohl erfolgte der zweite Anlauf der Eisindustrie noch während der NS-Zeit. Er war unmittelbar mit dem Aufbau einer Kühlkette verbunden, die nicht allein eine frische und vitaminreiche Ernährung aus heimischer Erzeugung garantieren sollte, sondern insbesondere die Versorgung der Wehrmacht mit hochwertigen und nahrhaften Produkten. Sie war ein wichtiges Element der Kriegsvorbereitung. Die heute noch bekannten Großproduzenten wurden in diesem

Kontext gegründet, so etwa 1935 Langnese und 1936 Schöller. Unilever gründete 1939 Solo Feinfrost (später Iglo) und Jopa-Eis entwickelte sich aus einer 1933 von Josef Pankofer gegründeten Eisdiele. Trotz schnellen Wachstums vor und im Kriege kamen ihre Marktchancen erst in den 1950er Jahren, nachdem amerikanisches Eis von den Besatzungsmächten popularisiert worden war, steigende Realeinkommen neue Marktchancen eröffneten und Kühltechnik im Einzelhandel üblich wurde. Die erfolgreiche deutsche Eisindustrie der 1950er Jahre gründete jedoch auf den Vorarbeiten der 1920er und 1930er Jahre und zog insbesondere im Marketingbereich erfolgreich Konsequenzen aus der verfehlten Amerikanisierung der Zwischenkriegszeit.



Werbeproschüre „Linde“-Kühlung, 1935. (Abb. aus: Reinders, Pim (1999), Licks, Sticks & Bricks. A World History of Ice Cream, 117)

- 1 Schade (1950).
- 2 Zur Einführung vgl. Prell (1987); David (1994); Duplessy (1999) (für die frühe Neuzeit). Den besten Überblick bietet Reinders (1999).
- 3 Buttenberg (1928), 111.
- 4 Buttenberg (1927), 189; Schade (1952), 8.
- 5 Wiegelmann (1964), 201.
- 6 Vgl. Landowsky (1910), 208.

- 7 Stein (1891).
- 8 Wedell (1905a).
- 9 Mohr (1928), 123 (Diskussionsbeitrag Engelhardt).
- 10 Wedell (1905b).
- 11 N.N. (1920).
- 12 N.N. (1908).
- 13 Pohlmann (1925a), 3.
- 14 Gronover/Tiemann (1927), 184.
- 15 N.N. (1929), 600.
- 16 Berthold (1902), 962.
- 17 Landowsky (1910), 207.
- 18 Quedenfeld (1907), 1411.
- 19 Tiedemann (1906), 1494.
- 20 Butterberg (1927), 187.
- 21 Cantalupi (1905), 1238.
- 22 Vgl. Dienel (1991).
- 23 Vgl. Funderberg (1995).
- 24 Pohlmann (1925b), 114.
- 25 Vgl. etwa Larsen/White (1914), 132-192; Turnbow/Tracy/Raffetto (1947).
- 26 Vgl. Woloson (2002), 66-108.
- 27 Rahn, (1924/25a).
- 28 Angaben n. Fischer (1925), 257; Rasmussen (1929), 93.
- 29 Krause (1923), 95.
- 30 Mohr (1928), 120.
- 31 Pohlmann (1925c), 132.
- 32 Rasmussen (1929), 95.
- 33 Vgl. Spiekermann (2002).
- 34 Vgl. Tamm (1925).
- 35 Hierzu umfassend Crowhurst (2000).
- 36 Pohlmann (1925), 114.
- 37 Vgl. etwa Fischer (1925), 260.
- 38 Vgl. beispielhaft Lichtenberger (1924/25a).
- 39 Zahlenangabe n. Lichtenberger (1924/25b), 33.
- 40 Rahn (1924/25b), 3.
- 41 Schwenzen (1928) 968.
- 42 Pohlmann (1929), 101.
- 43 N.N. (1898).
- 44 Kurb (1900) 1011. Analog Neustätter (1928).
- 45 N.N. (1903).
- 46 N.N. (1910/11).
- 47 Peiper (1939) 1235.
- 48 N.N. (1925), 7.
- 49 Engelhardt u. a. (1927), 198.
- 50 Anselmino (1927).
- 51 Heuser (1928), 394.
- 52 Pohlmann (1925b), 115.
- 53 Engelhardt u. a. (1927), 196 (auch für das vorherige Zitat).
- 54 Vgl. etwa Lenzner (1933).
- 55 Vgl. N.N. (1908) im Kontrast zu Noorden (1928).
- 56 Zur Einordnung vgl. Spiekermann (2006).
- 57 Schröder (1925/26).
- 58 Buttenberg (1929), 155 (Diskussionsbeitrag Lehmann).
- 59 Buttenberg (1929), 153-154 (Diskussionsbeitrag Wagner).
- 60 Vgl. hierzu Merres (1939).
- 61 N.N. (1934); N.N. (1937).
- 62 N.N. (1938).
- 63 Vgl. Ehrismann (1941); Gundel (1937) bzw. N.N. (1940).
- 64 N.N. (1944).

# Süße Verlockung

Von Zucker, Schokolade und anderen Genüssen

Herausgegeben von

Hermann Heidrich und Sigune Kussek

Molfsee b. Kiel 2007

## Inhalt

<b>Vorwort</b>	7
Hermann Heidrich <b>Versüßt – Geschmack im Zivilisationsprozess. Eine Einleitung</b>	9
Was naschen Ina Müller und Feridun Zaimoglu?	15
Britta Spies <b>„Für 50 Pfennig gemischt, bitte schön!“ – Süßes Kinderglück in Tüten</b>	17
Uwe Spiekermann <b>Die verfehlte Amerikanisierung. Speiseeis und Speiseeisindustrie in Deutschland in der Zwischenkriegszeit</b>	31
Sigune Kussek <b>Edle Verpackung des Süßen – Luxuskartonagen und Bonbonnieren</b>	39
Annukka Stratmann <b>Der Appeal der Schokolade</b>	51
Was naschen Kari Köster-Lösche, Christian Wulf und Klaus Modick?	60
Peter Lummel <b>Schokolade in der Werbung des 20. Jahrhunderts</b>	63
Christian Hillen <b>„Süßes verwöhnt, Süßes versöhnt“. Geschlechterrollen in der Schokoladenwerbung der Stollwerck AG in den 1960er Jahren</b>	71
Silke Göttisch-Elten <b>„Bittersüße Genüsse“ – Schokolade und Lebensstil</b>	79
Stefan Wendt <b>Weißes Gold aus Rohr und Rübe. Zuckerproduktion in Schleswig-Holstein 1737 bis 2003</b>	85
Karin Gröwer <b>100 Jahre Zucker aus Itzehoe. Die Familie Charles von de Vos und die Zuckerfabrikation (1840-1942)</b>	97
Was naschen Mechthild Ross-Luttmann und Jermaine Jones?	111
Joachim Mähnert <b>Die Firma Erich Hamann – Bittere Schokolade aus Berlin</b>	113
Astrid Paulsen <b>Von Konditorei-Künsten und einer süßen Adresse</b>	123

133	Darijana Hahn <b>Süße Orte</b>
137	Ulrike Looft-Gaude <b>Schokolade, Tod und coole Jungs.</b> <b>Die vielschichtigen Bedeutungen des Wortes „süß“</b>
147	Hildegard Stratmann <b>Den Schuleintritt versüßen – Geschichte und Funktion der Schultüte</b>
153	Melanie Keck & Birgit Speckle <b>Süße Milch zum Pausenbrot</b>
159	<b>Was naschen Klaus Allofs und Lutz Stratmann?</b>
161	Ralf Nitschke <b>„...durch große Hitze gekrochen“ – Lebkuchen aus dem Odenwald</b>
171	Alexandra Deak <b>Abgeschmackte Süße. Zwischen Raffinade und Raffinesse</b>
179	Anke Wielebski <b>Die Wertung des Süßen in den modernen Ernährungsratgebern</b>
185	Axel Lindloff <b>Süßes für den Winter – Vom „Latwerggekochen“ und einem besonderen Arbeitsgerät</b>
193	Indre Döpcke <b>Naschen Sie gerne?</b> <b>Erläuterungen zur Hörstation in der Ausstellung</b>
201	<b>Was naschen Heiner Ehlen, Michael Groß und Nils Loenicker?</b>
204	Tim Albrecht, Ludwig Fromm & Dagmar Nordberg <b>Ausstellungskonzept und Gestaltung</b>
207	<b>Literaturverzeichnis</b>
217	<b>Die Autorinnen und Autoren, was sie tun und was sie naschen</b>